

**IL COMITATO CONSULTIVO
PER L'APPLICAZIONE DELLE NORME ANTIELUSIVE**

udita la relazione della prof. Silvia Cipollina, ha espresso il seguente parere.

PREMESSE DI FATTO

La società X s.r.l., con sede in ----, nella persona del suo legale rappresentante sig. -----
----, ha presentato istanza di interpello alla Direzione Centrale Normativa e Contenzioso.
Non avendo avuto risposta nel termine di 60 giorni, la società ha chiesto il parere di questo
Comitato.

Nell'istanza, la società omette la rappresentazione del caso concreto e della soluzione
interpretativa prospettata, limitandosi a richiedere al Comitato di "pronunciarsi sulla
sussistenza, o meno, della ipotizzata elusione in relazione alla fattispecie i cui elementi di
fatto e di diritto sono già stati segnalati alla Direzione Centrale Normativa e Contenzioso
dell'Agenzia delle Entrate".

Viene allegata all'istanza copia della preventiva richiesta presentata alla Direzione Centrale
Normativa e Contenzioso.

Per ciò che si ricava dalla esposizione del caso concreto, contenuta nella preventiva richiesta
presentata alla Direzione Centrale Normativa e Contenzioso:

- la società interpellante svolge attività di concessionario di autovetture nella zona di --
-- e -----;
- per presentare al pubblico i nuovi modelli di autovetture lanciati sul mercato dalle
case costruttrici, la società organizza campagne pubblicitarie, sostenendo spese che
presentano profili di incertezza nella classificazione tra le spese di rappresentanza e
le spese di pubblicità, ed in particolare:
 - a) locazione di sale o tensostrutture, atte ad ospitare la manifestazione della
presentazione dei nuovi prodotti;
 - b) documentazione pubblicitaria contenente dettagli specifici del prodotto
lanciato e altre informazioni sul prodotto e la manifestazione (manifesti,
cartelloni, volantini, depliant, ecc.);
 - c) decori della sala o tensostruttura, servizi di segreteria e di coordinamento e
altre spese organizzative per la "giornata celebrativa";
 - d) servizi di parcheggio e di trasporto dei clienti e potenziali clienti alla
presentazione del nuovo modello;
 - e) conferenza celebrativa d'inaugurazione e presentazione del nuovo modello;
 - f) accompagnamento musicale della presentazione del nuovo modello;
 - g) spese d'alloggio per i clienti;
 - h) banchetto per gli ospiti della presentazione;
 - i) omaggi e litografie di importo inferiore ad euro 25,82 da distribuire agli ospiti
della presentazione;
- secondo la società istante, queste campagne pubblicitarie rientrano nella gestione
caratteristica dei concessionari di autovetture e sono finalizzate ad incrementare i
ricavi, acquisendo nuova clientela e incrementando le vendite alla clientela già
esistente, per cui tutti i costi sopra elencati sarebbero da considerare spese di

pubblicità e propaganda, come tali imputabili per intero all'esercizio di sostenimento o, a scelta, in cinque esercizi.

MOTIVI

Secondo un costante orientamento di questo Comitato, anche alla luce della sentenza della Corte di Cassazione, Sez. trib, 8 giugno 2000, n. 7803, le spese di rappresentanza – sostenute al fine di creare, mantenere o accrescere il prestigio della società e di migliorarne l'immagine, senza dar luogo ad aspettative di incremento del processo di vendita – comportano una particolare utilità o un particolare beneficio a favore di determinati soggetti. Le spese di pubblicità, invece, pur non essendo imputabili in modo diretto ai ricavi, sono sostenute allo scopo di incrementare le vendite, acquisendo nuova clientela o incrementando le vendite alla clientela già esistente.

Tenendo conto di tutto ciò, devono considerarsi spese di pubblicità e propaganda quelle relative a :

- a) locazione di sale o tensostrutture, atte ad ospitare la manifestazione della presentazione dei nuovi prodotti;
- b) documentazione pubblicitaria contenente dettagli specifici del prodotto lanciato e altre informazioni sul prodotto e la manifestazione (manifesti, cartelloni, volantini, depliant, ecc.);
- c) decori della sala o tensostruttura, servizi di segreteria e di coordinamento e altre spese organizzative per la "giornata celebrativa";
- d) servizi di parcheggio e di trasporto dei clienti e potenziali clienti alla presentazione del nuovo modello;
- e) conferenza celebrativa d'inaugurazione e presentazione del nuovo modello;
- f) accompagnamento musicale della presentazione del nuovo modello.

Sono, invece, spese di rappresentanza quelle relative a:

- g) spese d'alloggio per i clienti;
- h) banchetto per gli ospiti della presentazione.

Sono, infine, spese di importo inferiore a 25,82 euro, non soggette ai limiti di cui all'art. 108, comma 2, del T.U.I.R.:

- i) omaggi e litografie da distribuire agli ospiti della presentazione.

Per quanto precede, il Comitato esprime il seguente

PARERE

Le spese sostenute da una società concessionaria di autovetture in occasione della presentazione di nuovi modelli sono spese di pubblicità e propaganda, se pubblicizzano i prodotti senza recare utilità a terzi; le spese che recano utilità a terzi (banchetti e alloggio) sono spese di rappresentanza; le spese relative a beni di valore inferiore a 25,82 euro sono deducibili senza limite, ai sensi dell'art. 108, comma 2, del T.U.I.R.

Deliberato il 16 novembre 2005

Deposito. 17 dicembre 2005